

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati. 2011. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopima Usm)". Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. ISSN 1410-9859.
- Arizqy Hania, Sunarti, Edriana Pangestuti. 2016. "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung dengan Citra Destinasi sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Wisatawan Jawa Timur *Park 1 Kota Batu*)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 40. No. 1.
- Arwiedya, Mochamad Ridzky. 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online (Studi Kasus pada Konsumen Toko Fashion Online yang bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)*. Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Bernard J. Jansen. 2009. Twitter Power, Tweets as Electronic Word of Mouth. *Journal of The American Society for Inforamtion Science an Thecnology*, 20.
- Bidriatul Jannah, Zainul Arifin, Andriani Kusumawati 2014. "Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Banyuwangi". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 17. No. 1.
- Deisita Memah, Altje Tumbel, Paulina Van Rate. 2015. "Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di *Citraland* Manado". *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.1.
- Goldsmith, R. 2008. *Electronic Word of Mouth, E-commerce*. Idea Group Reference Global, Florida.
- Handayani, Pradita Putri. 2016. *Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Produk Wisata Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan dengan Place Branding sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Objek Wisata Baturaden Adventure Forest (BAF))*. Skripsi Manajemen Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto. (Tidak dipublikasikan).
- Hennig-Thurau, T ., Gwinner, K.P., Walsh, G. dan Gremler, D. D. 2004. "Electronic Word-of-Mouth Via Customer-Opinion Platforms: What Motivates Consumer to Articulate Themselves on the Internet". *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 18. No. 1. 38-52.

- Kotler, Philip. dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Edisi 12. Jakarta.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi 12. PT Indeks. Jakarta.
- Low dan Lamb. 2000. "The Measurement and Dimensionality of Brand Association". *The Journal of Product and Brand Management*. Vol 9. Pp 350.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Niken Widiati Setiyaningtiyas. 2015. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* pada Media Sosial *Facebook* Terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul". *Jurnal Media Wisata*. Vol. 13. No. 1.
- Puspa Ratnaningrum Suwarduki, Edy Yulianto, M. Kholid Mawardi. 2016. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Citra Destinasi serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun *Instagram Indtravel* yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 37. No. 2.
- Republik Indonesia. 2009. *Undang - Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009, No. 11. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Riantika, Irma. 2016. *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Daya Tarik, dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Curug Sidoharjo*. Skripsi. Manajemen Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Lesile Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Indeks. Jakarta.
- Shimp, Terrence A. 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi ke 5. Erlangga. Jakarta.
- Suliyanto. 2005. *Analisa Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia. Bogor.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. CV Andi Offset. Yogyakarta.

- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Surgawi, Ilham. 2016. *Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan dalam Mengunjungi Objek Wisata (Studi pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang)*. Skripsi. Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang.
- Swastha, Basu. 2000. *Azaz- azaz Marketing*. Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. Andi. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Andi. Yogyakarta.
- Yoeti, Oka. 2003. *Tours And Travel Marketing*. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Yuyun Mardiyah dan Murwatiningsih. 2015. "Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel *Intervening* pada Objek Wisata Kota Semarang". *Management Analysis Journal*. ISSN 2252-6552.